

E

ÉCHANGES/COMMERCE

Définition, fonctions, types.

Le commerce est l'échange de biens et de services entre individus, entre organisations ou entre individus et organisations, dans toute la chaîne de valeurs de la matière première à la production, la consommation et le recyclage.

Les fonctions du commerce sont : a) l'écoulement de biens (orientés producteur aussi bien que orientés besoin, de telle sorte que le commerce influence l'espace, le temps, la durée et la situation) ; b) l'adaptation au besoin (relation des biens et des services, marchandises et logistique financière incluses) ; c) le soutien à la décision d'achat (par l'information sur les marchandises et l'indication d'alternatives commerciales) ; d) l'équilibre du marché (régulation de l'offre et de la demande) ; e) le traitement de biens matériels (assortiment, adaptation, installation, service[s] après vente).

Les types de biens et services échangés sont : a) les biens nominaux (argent/papier valeurs, marchés financiers) ; b) les biens matériels (produits de base, de production, d'usage), c) les droits (licences, droits sur l'eau, certificats de climat, etc.), d) les services (transports, expédition, entreposage, assurance, informations, consultations, entremise, etc.).

Les acteurs principaux du commerce sont les entreprises, les États, les ménages et les organisations à but non lucratif (par exemple : les Églises qui offrent un service d'information sur le commerce équitable). Les formes principales du commerce sont le commerce de détail, le commerce en gros, l'entremise commerciale et les systèmes mixtes.

Histoire et caractéristiques.

Le commerce existe depuis le début des activités économiques de l'être humain. Il est le résultat de la division du travail qui consiste en une organisation de la société dans laquelle une personne ou une communauté ne produit qu'une partie de ce dont elle a besoin ou envie. Le développement historique montre que le commerce s'est étendu de façon importante dans l'Antiquité (par exemple : la route de la soie de X'ian en Chine à Tyr en Méditerranée depuis le II^e siècle avant J. C.) et que le colonialisme des XIX^e et XX^e siècles fut une autre vague de développement majeure.

Le fait que le commerce s'étende, s'accélère ou diminue dépend notamment des *moyens technologiques* de transport et de communication à disposition, des règles politiques (protectionnistes ou libres) en place et des valeurs culturelles

et éthiques. Le développement technologique influence fortement l'évolution commerciale : de l'industrialisation de la machine à vapeur (à partir de 1760) au robot, du transport par rail (à partir de 1820) au supersonique, de la communication par télégraphe (à partir de 1833) au téléphone portable, de l'informatisation grâce à l'ordinateur (machine de Turing, 1936) au stockage électronique, de la virtualisation permise par l'internet (à partir de 1970) au e-commerce... Tous ces développements ont eu un important impact sur l'évolution des activités commerciales.

Les *conditions-cadres politiques et légales* influencent également le commerce, notamment le commerce extérieur, transnational. Des phases de protectionnisme qui visent à protéger l'économie nationale face à l'importation et au commerce extérieur, succèdent tour à tour à des phases de libre-échange et de libéralisme économique.

Le commerce est aussi influencé par des *facteurs culturels et religieux*. La profession des commerçants a longtemps été associée à une image négative de mensonge et de tricherie. La tradition judéo-chrétienne a respecté le commerce, à la condition qu'il soit exercé avec honnêteté et sans exploitation ni violence. Les commerçants étaient souvent des personnes issues de peuples migrants qui n'avaient aucun droit d'accès à la terre et ne pouvaient donc exercer le métier de paysan. L'appartenance à une ethnie est donc devenue un facteur important pour l'organisation du commerce extérieur (par exemple : les Chinois en Indonésie, les Juifs en Europe, les Arabes en Afrique sub-saharienne, les Indiens en Afrique australe).

L'*interdiction du prêt à intérêt*, en vigueur jusqu'au Moyen Âge dans la chrétienté et interdit jusqu'aujourd'hui par l'islam, a été

tout aussi déterminante pour le commerce que la permission des prêts à intérêt, accompagnée de règles éthiques, introduite par le réformateur Calvin.

Défis du commerce mondial.

Le commerce intérieur et le commerce extérieur représentent deux formes fondamentales du commerce. La mondialisation augmente l'importance du commerce extérieur, mais l'économie intérieure reste importante et elle est souvent sous-estimée. La mondialisation, accélérée suite à la chute du mur de Berlin et à la fin du monde bipolaire en 1989, en combinaison avec les règles du commerce mondial décidées au sein de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) par les États-membres, a fortement augmenté la part du commerce extérieur, non seulement international, mais, pour la première fois dans l'histoire de l'humanité, vraiment mondial, jusqu'au dernier recoin de la planète. Depuis les années 1990, le commerce mondial augmente 2,5 fois plus rapidement que la production mondiale.

Trois défis majeurs du commerce mondial sont au centre des débats de l'OMC depuis les années 1990 : a) le développement : comment ouvrir les marchés d'une manière équitable pour permettre aux pays en voie de développement d'en profiter ou du moins de ne pas être spoliés ? ; b) comment réconcilier le commerce mondial avec la durabilité écologique ? ; c) comment organiser le commerce pour qu'il contribue à la paix et à la diminution des conflits ?

Critères éthiques du commerce mondial.

L'éthique du commerce est un sous-domaine de l'éthique économique. Les

questions fondamentales sont les mêmes que pour toute activité économique : que faut-il produire et commercialiser (quels biens et services sont nécessaires pour la vie dans la dignité de six milliards d'êtres humains) ? Combien faut-il produire et commercialiser (quelle quantité est éthiquement optimale) ? Où et par qui faut-il produire et commercialiser (l'éthique pose la question de l'équilibre entre équité de prestation, de besoin et de répartition) ? Comment faut-il produire et commercialiser (méthodes de production, conditions de travail, salaires, effets sur l'environnement et la politique de paix) ? Quand faut-il produire et commercialiser ? Pour qui faut-il produire et commercialiser (le commerce a-t-il ou non une dimension de lutte contre la pauvreté) ?

Trois valeurs éthiques fondamentales servent à juger si une activité commerciale est responsable : l'équité, la durabilité et la paix.

L'équité de prestation requiert un dédommagement équitable des prestations. Les salaires dans toute la chaîne de valeurs sont un des indicateurs. *L'équité de besoin* requiert qu'une activité commerciale couvre les besoins vitaux des personnes entreprenant une activité commerciale ou affectées par elle. Si le commerce de textile d'un pays en développement ne garantit pas la survie en dignité des producteurs, le commerce n'est pas équitable. *L'équité de procédure* demande un traitement juste des partenaires d'une interaction commerciale. L'OMC renforce en principe l'équité de procédure en demandant à tous les pays signataires de respecter les mêmes règles du jeu. Par contre, cette équité est violée si les conditions d'origine sont trop différentes. Dans ce cas, l'équité de procédure nécessite un traitement différencié entre les partenaires comme les pays industrialisés et les pays les plus vulnérables. *L'équité*

de participation et de partenariat demande une participation équitable des partenaires aux prises de décisions et à l'élaboration des contrats commerciaux. S'ils sont déterminés par une seule partie, ils ne sont ni équitables ni durables. *L'équité d'allocation* demande d'équilibrer la répartition des facteurs de production comme les terrains, les ressources naturelles, le travail et le capital, d'une manière efficace et en respectant les autres valeurs mentionnées.

La durabilité : le commerce est éthique s'il est écologiquement durable. Les impacts écologiques dus au transport dans le commerce mondial sont notamment à considérer – le commerce est un instrument important pour augmenter l'efficacité de production et pour diminuer les frais de transactions, mais c'est le cas seulement à la condition que les prix expriment la vérité écologique et humanitaire, c'est-à-dire incluent les frais externalisés de la production comme la pollution d'air, l'émission de CO₂ ou les effets socioculturels et humains du commerce.

La paix est à la fois une pré-condition et un fruit du commerce. « L'effet naturel du commerce est de porter à la paix. Deux nations qui négocient ensemble se rendent réciproquement dépendantes : si l'une a intérêt d'acheter, l'autre a intérêt de vendre ; et toutes les unions sont fondées sur les besoins mutuels » (MONTESQUIEU, *De l'esprit des lois*) C'est le cas à condition que le commerce soit équitable et que les deux parties en profitent à long terme. Si une partie se sent exploitée, la paix est en danger et l'échange économique peut devenir une source de conflit, voire de guerre.

L'éthique du commerce inclut plusieurs types d'éthique : l'éthique professionnelle des acteurs individuels ; l'éthique d'entreprise des compagnies ; l'éthique de

politique économique des États et institutions supranationales qui décident des conditions-cadres politiques et légales ; l'éthique des consommateurs et consommatrices et de leur pouvoir d'achat ainsi que l'éthique des médias qui informent ou désinforment sur les conditions de production et de commercialisation des produits et services.

Commerce plus équitable et éthique.

La recherche d'un commerce éthiquement responsable est aussi ancienne que le commerce lui-même. Souvent, des personnalités et des entreprises commerciales se sont engagées dans ce sens. La lutte pour l'équité dans le commerce a même accompagné le commerce de l'ère coloniale, en dépit de toutes les pratiques d'exploitation des peuples. Un exemple : la Société bâloise de commerce, née de la Mission de Bâle et qui pratiquait le commerce aux colonies, énonçait déjà, dans ses statuts de 1859, que son objectif était de former les gens aux pratiques équitables du commerce (« *training people in fairtrade practices* »). Le commerce équitable comme marque (par exemple : Max Havelaar) gère aujourd'hui plus de 2,5 milliards d'euros de vente par an. L'effort pour un commerce équitable s'exprime aujourd'hui sur tous les continents et a été soutenu dès l'origine par les Églises chrétiennes, par d'autres organismes religieux et surtout par les classes moyennes dans les pays industrialisés ainsi que, de plus en plus, dans les villes des pays émergents. La certification contrôlée est une partie importante du commerce équitable. Elle certifie l'équité des prix, le respect des producteurs et de l'environnement ainsi que la coopération participative et transparente. Le commerce équitable est représenté par FLO (Fairtrade Labelling Organizations), IFAT (International Fair

Trade Association), NEWS (Network of European Worldshops) et EFTA (European Fair Trade Association), unis dans FINE.

CHRISTOPH STÜCKELBERGER.

→ Commerce. Contrat. Corruption. Droit. Droits de l'homme. Écologie. Économie. Énergie. Éthique politique. Humanitaire. Justice. Mondialisation. Pêché structurel. Politique. Relations internationales. Risque. Technique. Vol.

Bibliographie.

P. CALAME, *Essai sur l'œconomie*, Paris, Éd. Ch. L. Mayer, 2009. – COMMISSION « ÉGLISE ET SOCIÉTÉ » DE LA CONFÉRENCE DES ÉGLISES EUROPÉENNES, *Les Églises européennes vivent leur foi dans le contexte de la mondialisation*, 2006. – A. RICH, *Éthique économique*, Genève, Labor et Fides, 1994. – J. STIGLITZ, A. CHARLTON, *Pour un commerce mondial plus juste : comment le commerce peut promouvoir le développement*, Paris, Fayard, 2007. – Chr. STÜCKELBERGER, *Une éthique du commerce mondial*, Paris - Genève, Éd. du Cerf - COE, 2007.

ÉCOLOGIE

Une première conception quelque peu élaborée du terme « écologie » est attribuée à Ernst Haeckel qui, dans un ouvrage de 1866, définit l'écologie comme suit : « Par oekologie, nous entendons la totalité de la science des relations de l'organisme avec son environnement, comprenant au sens large toutes les conditions d'existence. »

L'invention du concept est cependant loin de correspondre à la naissance d'une nouvelle discipline. C'est pourquoi je propose, en une première partie de cet article, une évocation de l'historique de la démarche qui devait aboutir à l'écologie scientifique telle que nous la connaissons.